

## اپنے پروڈکٹ (مصنوع) یا خدمت کو فروغ دینے کے طریقے

مارکٹنگ بجٹ کافی غور و خوض کیے جانے کے لائق ہوتا ہے کیونکہ یہ محض مارکیٹ میں تاثرات پیدا کرنے کے لئے ہی استعمال نہیں کیا جاتا؛ یہ بھی توقع کی جاتی ہے کہ اس سے آمدنی کی تخلیق ہوگی۔ ان اثرات کی اقسام کو سمجھنا جو مختلف اشاعتی اور الیکٹرانک ذرائع ابلاغ سے متوقع ہو سکتا ہے، کاروباری اخراجات کے اس عنصر کے نظم و نسق میں مدد ملے گی۔

ترقیاتی پیغام کی پیشکش کے طریقے کے تئیں مارکیٹ کے ہر جزو کا ردعمل مختلف ہو سکتا ہے جسے محتاط طور پر سمجھنا ضروری ہے۔ انسانی فطرت ایک طرف، لیکن ہو سکتا ہے کہ ایک جوش دلانے والا بیجان خیز، جارحانہ یا حتیٰ کہ ظریفانہ پیغام کئی لوگوں کو ناگوار یا توہین آمیز لگے اگرچہ یہ گرامر کے لحاظ سے یا سیاسی طور پر درست ہی ہو۔

## پرٹ اور گرافک آرٹس میڈیا کے ذرائع

کاروبار کارڈز اور اسٹیشنری فروغ دینے کے مؤثر، سستے اور پیشہ ورانہ لوازم ہیں لیکن ان کا استعمال ذاتی رابطوں تک محدود رکھنا چاہیے۔ ریڈ کے ٹھپے اور اسٹیپلز غیر شخصی اور روزمرہ کے معمولی کاموں کے لئے ہیں اور ان کو کسی طرح بھی نشر و اشاعت کے ان ذرائع کے ساتھ استعمال نہیں کرنا چاہیے۔ اشتہار کاری کی خصوصی چیزیں جیسا کہ پین، کنجیوں کے چھلے اور کیلنڈرز خیر سگالی کے جذبے کا ایک چھوٹے سے تحفے کی شکل میں اعتراف کرتے ہیں، لیکن یہ امیج یا تاثر زیادہ اور معلومات کم پہنچاتے ہیں۔

پرچون کا کاروبار کرنے والے بہت سے لوگ مقامی اخبار کو ترجیح دیتے ہیں کیونکہ جہاں تک بجٹ، ٹائمنگ، کوپنز کی شکل میں ردعمل، مصنوع اور قیمت کے مکس (مرکب) کا تعلق ہے، اخبار سب سے زیادہ لچک فراہم کرتا ہے۔ یعنی احساس اور فہم کی شرح اونچی ہے کیونکہ پڑھنے والا ایک ہی پیغام سے ایک سے زیادہ دفعہ تاثر لے سکتا ہے۔

لاگت کے لحاظ سے، بروشرز (معلوماتی ورقچے)، پوسٹرز اور پیکجنگ، متحرک اور ساکت بصری تاثرات کا ہمہ گیر امتزاج فراہم کرنے کے مؤثر طریقے ہیں۔ بروشرز معلومات فراہم کرتے ہیں، پوسٹرز تخلیقی تحریک یا روحانی تاثر پیدا کرتے ہیں اور پیکجنگ گاہک کے خریدنے کے فیصلے کی تائید کرتی ہے۔

کیٹیلاگز (معلوماتی فہارس)، جو بڑے پیمانے کے تاجر استعمال کرتے ہیں، مہنگے ہوتے ہیں اور مخصوص ہدف بنائی گئیں بازاروں کے لئے ڈیزائن کیے گئے ہوتے ہیں۔ اعلیٰ درجے کے نقش و نگار ان کتابچوں کو قابل حوالہ مصنوع بنا دیتے ہیں جو آسانی سے لے جا سکنے والے مگر بے لوچ معلومات ہوتی ہیں۔ کتابچوں کے سٹائل کی اشتہار کاری کا کیٹیلاگ انداز زیادہ تر پروموشنل سیلز فلائرز میں استعمال کیا جاتا ہے۔

میگزینز (رسالے)، اخبار یا ریڈیو سے زیادہ مہنگے ہوتے ہیں، لیکن ان کی فوقیت یہ ہے کہ ان کے سامعین ان کے خاص اور باقاعدہ پڑھنے والے ہوتے ہیں (جیسا کہ تیرہ برس سے انیس برس تک کی عمر کے نوجوان، عورتیں، دستکار، وغیرہ)۔ صنعت کار مارکیٹ میں اپنے برانڈ نام اور ٹریڈ مارکس کی تائید میں اضافہ کرنے کے لئے یہ ذریعہ استعمال کرنے کا رجحان رکھتے ہیں۔

آپ کی ٹیلیفون کی کتاب میں کاروبار کے صفحات اولین الیکٹرانک ذرائع ابلاغ۔ ٹیلیفون اور فیکس۔ کے ساتھ ایک دوسرے پر اثر انداز رابطہ فراہم کرتے ہیں۔ 1-800 اور 1-888 کی مفت خدمت وسعت پذیر بازاروں تک رسائی رکھتی ہے اور جدید خدمات کی علامت ہے۔



\سیلولر ٹیلی مواصلاتی نظام کے بڑھتے ہوئے استعمال سے توقع کی جارہی ہے کہ یہ تخلیقی مارکیٹ کے حکمت عملی کی نئی لہر پر اثر انداز ہوگا۔

## \الیکٹرانک میڈیا

\لاگت کے لحاظ سے ریڈیو زیادہ مؤثر ہوتا ہے، اور اس کے سامعین معمول کے مطابق ایک ریڈیو اسٹیشن کی پروگرام وضع کا زیادہ پاس رکھنے والے ہوتے ہیں۔ ایک بصری اثر کا فقدان پیغام کو زیادہ شخصی اور گفتگو کے انداز جیسا بنا دیتا ہے۔ پرموشنل تقریبات اکثر سامعین کے ساتھ ایک دوسرے پر اثر ڈالنے والے رابطوں پر تعمیر کی جاتی ہیں۔ ریڈیو پر پیغامات ایک شخصیت استوار کرنے کی طرف مائل ہوتے ہیں اور ایک دوستانہ اور مقامی رشتے کا تاثر دیتے ہیں۔

\دوسرے ذرائع ابلاغ کی نسبت ٹیلیویژن سامعین کا زیادہ وقت لیتا ہے اور اس میں بصری اثر کی نمایاں خصوصیت پائی جاتی ہے۔ عام طور پر یہ یقین کیا جاتا ہے کہ ایک شخص کی دیکھنے سمجھنے کی حس کا 90% ان عکسوں کا نتیجہ ہے جو ایک یا دوسرے طریقے سے دماغ تک پہنچائے جاتے ہیں۔

\ٹی وی پر اشتہار کا نشانہ ایک آرام دہ، پرسکون اور پذیرائی کرنے والے ماحول میں گھریلو سامعین ہیں، اور اس کا طریقہ عمل مختصر، دہرائے گئے، اور بڑے پرائر پیغامات ہیں۔ ٹی وی ریموٹ کنٹرول نے ٹی وی دیکھنے کی عادات ایسے بدل دی ہیں کہ کمرشل اسپوٹس (اشتہاری جز) دس اور پندرہ سیکنڈوں کے چھوٹے چھوٹے ٹی وی کلیپس کے گچھوں کی صورت میں تشکیل دئے جاتے ہیں۔

\آن لائن ڈائریکٹریز کی بڑھتی ہوئی تعداد دستیاب ہے جس کے ساتھ آپ اپنا کاروبار درج فہرست کروا سکتے ہیں۔ نہ صرف یہ کہ ان میں سے بہت سی ڈائریکٹریز معقول نرخوں پر دستیاب ہیں، یہ صوبے، ملک، اور دنیا کے سب حصوں سے گاہکوں کو آپ کے کاروبار تک آسان رسائی مہیا کرتی ہیں۔ ان آن لائن ڈائریکٹریز میں سے چند میں شامل ہیں:

555-1212.com Inc. \ ایک آن لائن ٹیلیفون اور ویب ڈائریکٹری خدمت جس میں شامل ہے معلومات جیسا کہ ایریا کوڈز، وائٹ پیجز، کاروبار پیجز، ریورس لک اپ (ٹیلیفون نمبر دو، ایڈرس لو)، مقامی ویب سائٹس، بین الاقوامی کمپنیوں کی فہرست اور ای۔ میل ایڈرسز۔ اپنے کاروبار کو کیسے 555-1212.com Inc. کے ساتھ رجسٹر کروا سکتے ہیں، اس بارے میں مزید معلومات کے لئے ان کی ویب سائٹ پر جائیں جس کا ایڈرس ہے: <http://www.555-1212.com> یا ان سے اس ایڈرس پر رابطہ کریں:

555-1212 Inc.

Citicorp Centre

39t Floor, One SanSome Street

Sa Francisco, CA 94104

Tel.: 415-288-2440

E-Mail: [advertising@555-1212.com](mailto:advertising@555-1212.com)

**Yellow.ca (Canada)** \ کینیڈا کی آن لائن ڈائریکٹری جس کو کینیڈا میں کاروبار کو فروغ دینے کے لئے ڈیزائن کیا گیا ہے۔ ورلڈ وائڈ ویب کے "کمرشل ممکنات" کو پہچانتے ہوئے، Yellow.ca لاگت کے لحاظ سے ایک مؤثر رجسٹریشن کی تخلیق ہے جو ہر کینیڈین کاروبار کو انٹرنیٹ پر اپنی کمپنی کو مارکیٹ کرنے کا موقع فراہم کرتی ہے۔ آپ Yellow.ca سے ان کی ویب سائٹ <http://www.yellow.ca> پر جاکر رابطہ کر سکتے ہیں۔

\ذاتی کوششیں



\نیٹ ورکنگ (رابطے کرنا) اور "زبانی" حوالے جیسی لاگتوں کو کم کرنے اور گاہک پیدا کرنے کا ایک مؤثر طریقہ ہے۔ بااثر و رسوخ گاہکوں کی قیمتی رائے اہم ترین اور لاگت کے لحاظ سے مؤثر طور پر فروغ دینے کا طریقہ ہے جن سے کاروبار کو فروغ حاصل ہو سکتا ہے۔ بازار بذات خود کبھی کچھ نہیں خریدتے؛ صرف گاہک مصنوعات اور خدمات خریدتے ہیں۔

\کمیونٹی کی شمولیت ذاتی نیٹ ورک اور مارکیٹنگ ذہانت کو وسیع کر دیتی ہے؛ بہر حال، یہ کمیونٹی میں حقیقی مفاد کا ضمنی نتیجہ ہونا چاہیے۔

\خاص ترقی دینے کے عمل اور تقریبات کو اوپر دئے گئے کسی ایک طریقے یا طریقوں کے مرکب کے ساتھ ہم آہنگ کر کے استعمال میں لایا جاسکتا ہے۔ یہ مندرجہ ذیل شکلوں میں ہو سکتا ہے: ڈور پرائیزز (دروازے پر دئے گئے انعامات)، ویلکم ویگن گفٹس (خوش آمدیدی تحفے تحائف)، فری پاس، فری کوفی، حتیٰ کہ کسی حریف کے جاری کردہ کوپن کو کیش کرنے کی سہولت بھی۔

### \مارکیٹ/میڈیا مکس (امتزاج)

\چونکہ زیادہ تر میڈیا کے کم اوسط اور بہت زیادہ استعمال کنندگان کا ایک سلسلہ ہوتا ہے، کاروبار کے لئے چیلنج یہ ہے کہ گاہکوں کی ضروریات کو انسانی فطرت کی روشنی میں مثالی طور طریقوں کے معنی میں اندازہ لگایا جائے۔ ہر میڈیا میں کئی طرح کی صلاحیتوں اور کمزوروں کو مدنظر رکھنا ہوتا ہے۔ مارکیٹ میں چند حالات کے تحت اشاعتی میڈیا پر صرف کیا گیا ایک ڈالر اس ایک ڈالر پر بھاری ہو سکتا ہے جو الیکٹرانک میڈیا پر صرف کیا گیا ہو، اور اس کے برعکس بھی ہو سکتا ہے۔

\ہام مربوط منصوبہ بندی کے لئے ضروری ہے کہ وہ لاگتوں اور مسابقت کے ساتھ نتائج کا موازنہ کرنے کے طریقے شامل کرے۔ حتیٰ کہ اشتہار کاری کے کم ترین بجٹ کو بھی مارکیٹ پلان سے فائدہ حاصل ہوگا کیونکہ یہ **کاروبار پلان** کا ایک کافی اہم ضروری حصہ ہے۔

کینیڈا۔ اونٹیریو بزنس سروس سنٹر (COBSC/CSECO) کینیڈا کی سرکاری زبانوں یعنی انگریزی اور فرانسیسی میں بزنس کے بارے میں معلومات فراہم کرتا ہے۔ خوش خلقی کے جذبے کے تحت، ہماری کارآمد ترین دستاویزات میں سے چند کا ترجمہ دوسری زبانوں میں بھی کیا گیا ہے۔ اگر آپ کو بزنس کے بارے میں اضافی معلومات چاہئیں، تو مہربانی کر کے COBSC/CSECO کے انفرمیشن افسر سے بات کرنے کے لئے 1-888-576-4444 پر فون کریں۔